

(i) Printed Pages : 4

Roll No.

(ii) Questions : 9

Sub. Code :

0	5	2	7
---	---	---	---

Exam. Code :

0	0	0	6
---	---	---	---

B.A./B.Sc. (General) 6th Semester

(2054)

JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

(In all Mediums)

Paper : Advertising & Public Relations

Time Allowed : Three Hours]

[Maximum Marks : 70

Note :— Question No. 1 is compulsory. Attempt **ONE** question from each unit.

1. Attempt any **seven** in **50–75** words each :—

- (a) Branding
- (b) Sales promotion
- (c) AIDA
- (d) Tagline
- (e) Newsletter
- (f) Elements of typical advertisement
- (g) Advertising copy
- (h) Enlist PR tools
- (i) 4P's
- (j) External Public Relations.

2×7=14

UNIT—I

2. What are the principles of advertising copywriting ? 14

OR

3. Discuss Media Relations and PR tools. 14

UNIT—II

4. Explain Public Relations in Public and Private Sector. 14
- OR

5. Describe the various types of advertising with examples. 14

UNIT—III

6. Describe the various PR tools that can be used by a clothing brand. 14

OR

7. Discuss Advertising and Public Relations in detail. 14

UNIT—IV

8. What is the role of a PR professional in the private sector ? 14

OR

9. How can a PR professional effectively manage relations with the media ? 14

(हिन्दी माध्यम)

नोट :- प्रश्न न. 1 अनिवार्य है। प्रत्येक यूनिट में से एक प्रश्न करें।

1. किन्हीं सात को 50-75 शब्दों में करें :

- (a) ब्रांडिंग
- (b) बिक्री संवर्धन
- (c) AIDA
- (d) टैगलाइन
- (e) न्यूज़लैटर
- (f) विशिष्ट विज्ञापन के तत्व
- (g) विज्ञापन कॉपी
- (h) PR साधनों को सूचीबद्ध करें
- (i) 4Ps
- (j) बाहरी जनसंपर्क।

2×7=14

ਯੂਨਿਟ-1

2. ਵਿਜ਼ਾਪਨ ਕੌਪੀਰਾਈਟਿੰਗ ਦੇ ਸਿਫ਼ਤਾਂ ਕੀਆਂ ਹਨ ? 14

ਯਾ

3. ਮੀਡੀਆ ਸੰਬੰਧਾਂ ਅਤੇ PR ਸਾਧਨਾਂ 'ਤੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 14

ਯੂਨਿਟ-2

4. ਸਾਰਵਜਨਿਕ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਜਨਸੰਪਰਕ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। 14

ਯਾ

5. ਵਿਜ਼ਾਪਨ ਦੇ ਵਿਭਿੰਨ ਪ੍ਰਕਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਸਹਿਤ ਵਰਣਨ ਕਰੋ। 14

ਯੂਨਿਟ-3

6. ਵਿਭਿੰਨ PR ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਬ੍ਰਾਂਡ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। 14

ਯਾ

7. ਵਿਜ਼ਾਪਨ ਅਤੇ ਜਨਸੰਪਰਕ 'ਤੇ ਵਿਸਥਾਰ ਨਾਲ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 14

ਯੂਨਿਟ-4

8. ਨਿੱਜੀ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ PR ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਦੀ ਕੀ ਭੂਮਿਕਾ ਹੈ ? 14

ਯਾ

9. ਇੱਕ PR ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਮੀਡੀਆ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਬੰਧਿਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ? 14

(ਪੰਜਾਬੀ ਅਨੁਵਾਦ)

ਨੋਟ :- ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਨੰ. 1 ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ। ਹਰੇਕ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

1. ਕੋਈ ਸੱਤ ਨੂੰ 50-75 ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ ਕਰੋ :

(a) ਬ੍ਰਾਂਡਿੰਗ

(b) ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ

(c) AIDA

(d) ਟੈਗਲਾਈਨ

(e) ਨਿਊਜ਼ਲੈਟਰ

(f) ਆਮ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇ ਤੱਤ

(g) ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਾਪੀ

(h) PR ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਸੂਚੀਬੱਧ ਕਰੋ

(i) 4P's

(j) ਬਾਹਰੀ ਲੋਕ ਸੰਪਰਕ।

2×7=14

ਯੂਨਿਟ-I

2. ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਾਪੀਰਾਈਟਿੰਗ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਕੀ ਹਨ ? 14

ਜਾਂ

3. ਮੀਡੀਆ ਸਬੰਧਾਂ ਅਤੇ PR ਸਾਧਨਾਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 14

ਯੂਨਿਟ-II

4. ਜਨਤਕ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਜਨਤਕ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

14

ਜਾਂ

5. ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੀਆਂ ਵਿਭਿੰਨ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਵਰਨਣ ਕਰੋ।

14

ਯੂਨਿਟ-III

6. ਵੱਖ-ਵੱਖ PR ਸਾਧਨਾਂ ਦਾ ਵਰਨਣ ਕਰੋ ਜੋ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਬ੍ਰਾਂਡ ਦੁਆਰਾ ਵਰਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।

14

ਜਾਂ

7. ਵਿਗਿਆਪਨ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਸਬੰਧਾਂ ਬਾਰੇ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 14

ਯੂਨਿਟ-IV

8. ਨਿੱਜੀ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ PR ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਕੀ ਹੈ ? 14

ਜਾਂ

9. ਇੱਕ PR ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਮੀਡੀਆ ਨਾਲ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਬੰਧਿਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ?

14